

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran .....	18
2.1.2 Peran Pemasaran Jasa Dalam Perusahaan .....	20
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	20
2.1.4 Promosi .....	21
2.1.5 Media Sosial.....	24
2.1.6 Keterikatan Konsumen .....	26
2.1.7 Kinerja Merek.....	30
2.2 Hubungan Antarvariable.....	34
2.2.1 Komunikasi Pemasaran dan Keterikatan Konsumen.....	34
2.2.2 Komunikasi Pemasaran dan Kinerja Merek .....	37
2.2.3 Kinerja Merek dan Keterikatan Konsumen .....	38

2.3	Penelitian Terdahulu.....	40
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>44</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44
3.1.1	Variabel Penelitian .....	44
3.1.2	Definisi Operasional .....	45
3.2	Populasi dan Sampel .....	47
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	49
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	50
3.5	Metode Analisis Data .....	51
3.5.1	Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	52
3.5.2	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	54
3.5.3	Metode Pengujian Hipotesis .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
4.1	Gambaran Umum Responden.....	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Karakteristik.....	58
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial .....	59
4.2	Analisis Data Kualitatif.....	59
4.2.1	Deskripsi Variabel Promosi .....	60
4.2.2	Deskripsi Variabel Media Sosial .....	61
4.2.3	Deskripsi Variabel Keterikatan Konsumen .....	62
4.2.4	Deskripsi Variabel Kinerja Merek.....	64
4.3	Evaluasi Model .....	65
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	65
4.3.2	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	74
4.4	Pembahasan Interpretasi Hasil.....	84
4.4.1	Pengaruh Promosi terhadap Keterikatan Konsumen.....	84

4.4.2	Pengaruh Media Sosial terhadap Keterikatan Konsumen .....	87
4.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Kinerja Merek .....	89
4.4.4	Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Merek.....	91
4.4.5	Pengaruh Kinerja Merek terhadap Keterikatan Konsumen ....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>97</b>
5.1	Kesimpulan .....	97
5.2	Implikasi Teoritis .....	98
5.3	Implikasi Manajerial.....	100
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	101
5.5	Agenda Penelitian Mendatang .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>113</b>